

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini peran internet semakin penting dalam kehidupan ekonomi, politik dan sosial di dunia. Internet telah bergerak menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Menurut data dari APJII (2020) (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah pengguna internet pada tahun 2019 sampai tahun 2020 mencapai 196,71 juta jiwa atau sekitar 73,7% dari total 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa adanya perubahan gaya hidup masyarakat dikarenakan pengaruh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Salah satu kegiatan yang dipengaruhi perkembangan teknologi adalah berbelanja dari yang dahulu dilakukan secara konvensional menjadi belanja *online* (*e-commerce*).

Perkembangan situs jual beli *online* atau *e-commerce* di Indonesia semakin pesat dan cepat dari waktu ke waktu. Oleh sebab itu, Pemerintah mengeluarkan Perpers No. 74 tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau SPNBE, PERPRES (2017). Menurut Harmayani et al (2020:5) *e-commerce* merupakan suatu bentuk kegiatan penjualan barang atau jasa melalui internet. Berdasarkan data survei dari Badan Pusat Statistik (2019) menjelaskan bahwa industri *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2019 tercatat sebanyak 13.485 dengan pendapatan yang diperoleh sebesar 17,21 triliun dengan jumlah transaksi sebanyak 24,82 juta transaksi *online*. Kini transaksi jual beli barang dapat dilakukan dari rumah melalui komputer atau *gadget*. Pembelian secara *online* dipandang lebih efektif dan efisien oleh konsumen.

Menurut Harahap & Amanah (2018) belanja *online* merupakan sebuah transaksi yang dilakukan melalui media atau perantara yaitu berupa situs-situs jual beli *online* yang menyediakan barang atau jasa yang diperjual belikan. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian *online* bergantung pada tingkat kebutuhan para konsumen. Keputusan pembelian *online* merupakan sikap yang dimiliki seseorang dalam membeli dan menggunakan suatu produk seperti barang atau jasa untuk memberikan kepuasan pada dirinya serta bersedia menanggung resiko yang

timbul pada produk yang dibeli secara *online*. Keputusan konsumen dalam berbelanja *online* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kondisi lingkungan sekitarnya. Kondisi lingkungan sekitar mempengaruhi gaya hidup seseorang dalam berperilaku di lingkungannya. Faktor lainnya adalah kemudahan, konsumen akan menggunakan aplikasi jual beli apabila mudah digunakan.

Di Indonesia ada banyak bisnis *e-commerce* yang berkembang salah satunya yaitu Shopee. Shopee merupakan suatu perusahaan *e-commerce* yang menerapkan bentuk *customer to customer* yaitu suatu aktivitas jual beli barang atau jasa yang menyediakan *marketplace* bagi konsumen untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Shopee memberikan beberapa fitur yang memudahkan para pengguna untuk mencari segala informasi toko dan produk. Calon konsumen dapat mengetahui kualitas barang tersebut dengan melihat ulasan yang tertera pada situs jual beli *online*. Konsumen dapat membandingkan produk dan harga dengan mudah dari setiap toko yang berbeda. Hal tersebut merupakan kemudahan yang diberikan dalam aktivitas pembelian secara *online* karena semua hal dilakukan melalui internet. Pedagang memanfaatkan *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Blibli.com, Tokopedia, dan lain-lain untuk menjajakan barang dagang mereka. Melalui aplikasi *e-commerce* tersebut konsumen tetap bisa membeli barang yang mereka butuhkan meskipun berada di rumah ditambah dengan gaya hidup yang semakin modern sehingga memudahkan konsumen dalam membeli barang.

Perubahan gaya hidup yang semakin modern membuat konsumen terlebih anak muda memilih untuk melakukan kegiatan yang lebih cepat, mudah dan efisien. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup mencerminkan suatu kelas sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Gaya hidup dapat digolongkan menjadi dua yaitu gaya hidup modern dan gaya hidup tradisional, salah satu perubahan gaya hidup modern adalah berbelanja secara *online*, konsumen dapat melakukan pembelian barang dari rumah tidak perlu berbelanja secara langsung ke toko. Perubahan gaya hidup tersebut diakibatkan oleh perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih dimana sekarang setiap *handphone* disediakan aplikasi jual beli. Hasil penelitian Tian et al (2019)

menjelaskan bahwa belanja *online* telah menjadi pilihan gaya hidup yang luar biasa karena biaya manajemen yang lebih rendah untuk penjual dan harga yang lebih murah untuk pembeli.

Penelitian terdahulu Al-Dmour et al (2017) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap pembelian tiket secara *online* dengan menggunakan pendekatan *Activities, Interests, dan Opinions* (AIO), karakteristik demografis seperti usia dan pendidikan berpengaruh terhadap kehidupan nyata. Melalui situs belanja *online* konsumen dapat berbelanja kapan pun tanpa menghambat pekerjaan dan aktivitas yang lain. Belanja *online* lebih menghemat waktu dan biaya yang dikeluarkan serta memudahkan mencari informasi suatu produk.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian barang secara *online melalui* aplikasi jual beli *online*. Salah satu faktor terpenting adalah kemudahan dalam menggunakan aplikasi, penjual dan calon konsumen akan melakukan pertukaran informasi secara *online*. Menurut Boussaa & Mukherji (2018) kemudahan penggunaan merupakan penentu konsumen menggunakan sebuah aplikasi belanja *online*. Menurut Eneizan et al (2020) kemudahan penggunaan dianggap sebagai keyakinan pengguna bahwa aplikasi mudah digunakan dan membutuhkan sedikit usaha untuk menggunakannya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prathama (2019) menjelaskan bahwa kemudahan menggunakan aplikasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online*.

Menurut Koththagoda et al (2018) kemudahan penggunaan didefinisikan sejauh mana konsumen percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Kemudahan aplikasi yang diberikan oleh Shopee sangat beragam mulai dari kemudahan mencari informasi dan kemudahan navigasi. Kemudahan mencari informasi yaitu berupa fitur detail produk, ulasan dan penilaian tentang kualitas produk maupun toko, sehingga memudahkan konsumen dalam pencarian produk yang akan dibeli. Kemudahan navigasi yang diberikan Shopee berupa petunjuk yang jelas sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan barang secara *online*.

Suatu aplikasi atau situs jual beli *online* dikatakan baik apabila aplikasi tersebut menyediakan fitur atau petunjuk yang jelas bagaimana cara membelinya, transaksinya, dan metode pembayarannya hingga barang sampai pada konsumen. Aplikasi jual beli tidak hanya harus menarik tetapi juga harus mudah dalam penggunaannya. Kemudahan penggunaan aplikasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian secara *online* melalui aplikasi jual beli dalam hal ini adalah aplikasi Shopee. Menurut Nurrahmanto (2015) menyatakan bahwa sebuah sistem yang dinilai mudah digunakan secara otomatis akan mempengaruhi perilaku seseorang untuk menggunakannya.

Tambakromo merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Pati Jawa Tengah. Mayoritas penduduknya dari usia muda sampai orang tua sudah memiliki *gadget* atau handphone. Keberadaan *gadget* dan internet telah mengubah kebiasaan masyarakat atau konsumen. Konsumen di wilayah Tambakromo khususnya anak muda sekarang lebih memilih berbelanja secara *online* melalui aplikasi jual beli *online* karena dianggap lebih mudah dan efisien, tidak membutuhkan banyak tenaga. Dimasa pandemi covid-19 seperti ini hampir setiap orang tidak terlepas dari handphone untuk menghibur diri di dalam rumah dikarenakan pemerintah memerintahkan untuk *social distancing* dan *Work From Home* (WFH). Semua orang memanfaatkan *gadget* sesuai dengan kebutuhan mereka. Kebijakan tersebut membuat para pedagang harus memutar otak agar barang yang dijual tetap laku meskipun bekerja dari rumah atau *work from home*.

Saat ini masyarakat Tambakromo sudah memanfaatkan aplikasi *e-commerce* tersebut untuk berbelanja barang yang mereka butuhkan. Rata-rata yang berbelanja secara *online* dilakukan oleh anak muda hingga orang dewasa. Namun, tidak semua masyarakat Tambakromo melakukan pembelian barang secara *online*, orang yang lebih tua lebih memilih berbelanja secara *offline* di toko. Persentase penduduk yang berbelanja secara *online* sebesar 21% dari total 50.050 penduduk di Kecamatan Tambakromo dilansir dari website resmi Provinsi Jawa Tengah (2019). Kegiatan belanja *online* dilakukan melalui aplikasi Whatsapp, Instagram, Facebook, Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

Berdasarkan paparan yang telah diuraikan di atas, perubahan gaya hidup seseorang atau konsumen dan kemudahan menggunakan aplikasi yang diberikan oleh Shopee dapat mempengaruhi keputusan seseorang melakukan pembelian secara *online*. Hal ini menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Menggunakan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Shopee di Tambakromo Pati.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah-masalah penelitian diantaranya:

1. Perubahan gaya hidup yang semakin modern menyebabkan konsumen memilih kegiatan yang lebih praktis dan menghemat waktu.
2. Kemudahan penggunaan aplikasi yang diberikan aplikasi Shopee mempengaruhi minat masyarakat untuk berbelanja secara *online*.
3. Tersedianya banyak perusahaan *e-commerce* menyebabkan masyarakat memiliki berbagai pilihan untuk melakukan pembelian secara *online*.

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subyek penelitian adalah konsumen pengguna aplikasi Shopee di wilayah Tambakromo Pati.
2. Subyek penelitian adalah konsumen sudah pernah melakukan pembelian minimal satu kali melalui aplikasi Shopee.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *online* pengguna aplikasi Shopee di Tambakromo Pati?

2. Adakah pengaruh kemudahan menggunakan aplikasi terhadap keputusan pembelian *online* pengguna aplikasi Shopee di Tambakromo Pati?
3. Adakah pengaruh gaya hidup dan kemudahan menggunakan aplikasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *online* pengguna aplikasi Shopee di Tambakromo Pati?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan :

1. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *online* pengguna aplikasi Shopee di Tambakromo Pati.
2. Pengaruh kemudahan menggunakan aplikasi terhadap keputusan pembelian *online* pengguna aplikasi Shopee di Tambakromo Pati.
3. Pengaruh gaya hidup dan kemudahan menggunakan aplikasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *online* pengguna aplikasi Shopee di Tambakromo Pati.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi kepustakaan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat dan kalangan akademis tentang pengaruh gaya hidup dan kemudahan menggunakan aplikasi terhadap keputusan pembelian *online*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap usaha bisnis *online* khususnya Shopee untuk menentukan strategi pemasaran guna mempertahankan *marketplace* agar konsumen tetap membeli barang melalui *e-commerce* Shopee dan memberikan inovasi baru pada aplikasi Shopee dimasa mendatang. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi literatur untuk penelitian mengenai keputusan pembelian *online*